
POLITIQUE DES COMMUNICATIONS DU CÉGEP ANDRÉ-LAURENDEAU

*Politique révisée soumise au
conseil d'administration
le 28 septembre 2011*

Table des matières

1. PRÉAMBULE	3
2. FONDEMENTS	4
3. VALEURS	5
3.1. Passion, engagement et fierté	5
3.2. Transparence, accessibilité et responsabilité	5
3.3. Éthique	5
3.4. Professionnalisme et efficacité	6
4. LES PRINCIPES GÉNÉRAUX	7
4.1. Orientations	7
4.2. But	7
4.3. Objectifs	7
4.3.1. <i>La cohésion</i>	7
4.3.2. <i>Au diapason avec la réalité</i>	7
4.3.3. <i>L'efficacité de l'organisation</i>	7
5. CHAMPS D'APPLICATION	8
5.1. Groupes internes	8
5.2. Groupes externes	8
6. CHAMPS D'INTERVENTIONS	9
6.1. Communication interne	9
6.1.1. <i>Principes directeurs</i>	9
6.2. Communication externe	10
6.2.1. <i>Principes directeurs</i>	10
7. MÉCANISMES	11
7.1. Standards graphiques et linguistiques	11
7.1.1. <i>Qualité visuelle</i>	11
7.1.2. <i>Qualité linguistique</i>	11
7.2. Responsabilités	12
7.2.1. <i>Responsabilité des membres de la communauté</i>	12
7.2.2. <i>Direction générale</i>	12
7.2.3. <i>Service des communications</i>	12
7.2.4. <i>Direction de services</i>	13
Annexe 1	14
Outils de communication internes	14
Outils et actions de communication externe	14

1. PRÉAMBULE

La Politique de communication énonce les volontés et les fondements guidant les grandes orientations des communications du Cégep André-Laurendeau. Elle vise à établir les principes et les buts à poursuivre afin d’optimiser la contribution de l’ensemble des ressources en communication, d’harmoniser les activités de communication et de promouvoir la culture de communication.

Le Cégep André-Laurendeau reconnaît l’importance de développer la communication institutionnelle comme élément moteur de la vie institutionnelle. Ce document explique les stratégies mises en œuvre afin de rehausser la qualité de toutes les interventions en communication du Cégep et définit les différents types de communication.

La Politique propose donc à l’ensemble de la communauté interne et des partenaires du Cégep un cadre de référence et d’orientation pour toutes les actions de communication de l’institution, aussi bien les interventions à l’interne que celles à l’externe, tant celles qui veillent à sa cohésion que celles qu’elle met en œuvre pour intensifier et maintenir son rayonnement et sa notoriété.

2. FONDEMENTS

En tant que cadre de référence et d'orientation, la Politique de communication prend appui sur :

- la mission du Cégep André-Laurendeau ;
- le plan stratégique ;
- la politique de valorisation de la langue française ;
- les objectifs particuliers que le Cégep se fixe dans le champ des communications.

Le succès d'une telle politique repose toutefois sur l'appropriation de ces principes par l'ensemble de la communauté collégiale. Il est de la responsabilité de chaque membre de jouer un rôle particulier dans la vie et le climat du Cégep ainsi que dans son image et son rayonnement.

3. LES VALEURS

La Politique de communication souscrit aux valeurs qui sont identifiées comme dominantes et nécessaires dans le contexte organisationnel du Cégep André-Laurendeau. Certaines de ces valeurs sont également inscrites dans le Plan stratégique du Cégep.

3.1. Passion, engagement et fierté

Le Cégep André-Laurendeau a à cœur la réussite de ses étudiants et possède un personnel soucieux d'offrir une formation de qualité. Dans cette optique, le Cégep compte sur la volonté ainsi que sur l'engagement de son personnel afin de contribuer au succès de chacun. Cela exige qu'il soit conscient de son rôle, de ses responsabilités et des conséquences de ses actions.

À ce titre, la communication doit viser à développer le sentiment d'appartenance et une responsabilisation à l'égard des communications, ainsi que favoriser une culture d'engagement et de collaboration.

3.2. Transparence, accessibilité et responsabilité

La communication doit reposer d'abord et avant tout sur une perception claire et sur une juste compréhension des faits et des enjeux. Tout en garantissant le respect et la protection des renseignements personnels, le Cégep doit favoriser l'accès à l'information et démontrer un grand souci de transparence.

Par conséquent, tous les membres de la communauté collégiale ont le droit d'être informés. Ce droit s'exerce dans le respect des dispositions de la Loi d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels. Ce droit à l'information comporte aussi, pour chacun, le devoir de s'informer, c'est-à-dire le devoir de prendre connaissance des communications institutionnelles émises par le Cégep.

3.3. Éthique

Dans ses liens avec ses interlocuteurs tout comme dans le traitement de la communication, le Cégep doit promouvoir les plus hauts standards d'éthique et faire preuve d'un grand souci de justice, de rigueur et d'équité. Ces standards prennent notamment appui sur le *Règlement numéro VII* du Cégep qui régit certaines conditions de vie au Cégep.

3.4. Professionnalisme et efficacité

En tant qu'institution vouée à l'enseignement supérieur, le Cégep se doit de prêcher par l'exemple en offrant un haut niveau de professionnalisme. Cela se reflète autant au niveau des interactions entre le personnel que dans les actions de communication.

Avec la multiplication des médiums de communication, le Cégep doit modérer le flux d'information afin de favoriser une communication efficace et de qualité, à savoir fluide, multidirectionnelle, rapide et conviviale.

Le professionnalisme se reflète également dans l'ensemble des publications (traditionnelles et électroniques) institutionnelles du Cégep.

4. LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

4.1. Orientations

Le Cégep André-Laurendeau transmet sa mission, sa culture, ses valeurs et ses orientations à l'ensemble de sa communauté interne et de ses partenaires. Il les consulte, les informe et s'adresse à eux avec respect, courtoisie, diligence et efficacité.

4.2. But

La présente politique vise l'interaction et la rétroaction dans toutes les actions de communication que pose le Cégep André-Laurendeau, tant à l'interne qu'à l'externe. Elle constitue un outil de gestion en appui au développement du Cégep.

4.3. Objectifs

4.3.1. La cohésion

La politique de communication vise à :

- améliorer la qualité des relations interpersonnelles entre les membres de la communauté interne du Cégep;
- favoriser l'émergence de solidarité et le sentiment d'appartenance;
- conscientiser la communauté interne du Cégep au fait que la communication est la responsabilité de chacun.

4.3.2. Au diapason avec la réalité

La Politique de communication assure que le Cégep André-Laurendeau demeure au fait et à l'écoute des besoins de sa clientèle, de son personnel, de ses gestionnaires et de son milieu, en lien avec sa mission et ses orientations.

4.3.3. L'efficacité de l'organisation

La politique de communication joue un rôle d'agent intégrateur pour :

- optimiser la contribution de l'ensemble des ressources en communication;
- harmoniser les activités de communication.

La Politique prend appui sur la capacité du Cégep à anticiper les événements afin de pouvoir agir et réagir rapidement, tant sur la scène publique qu'à l'interne.

5. CHAMPS D'APPLICATION

La présente politique s'applique à la communauté collégiale aussi bien qu'aux groupes externes du Cégep.

5.1. Groupes internes (communauté interne)

- Les étudiants
- Les employés
- L'association étudiante
- Les syndicats et l'Association des cadres
- Les instances de la Fondation
- Les membres du Conseil d'administration
- Les partenaires internes
- L'institut international de logistique de Montréal (IILM)
- Optech Montréal
- La Salle Jean-Grimaldi

5.2. Groupes externes

- Le public en général
- Les représentants des médias
- Les diplômés
- Les futurs étudiants et les groupes ciblés dans les activités de recrutement
- Les employés retraités
- Les partenaires du réseau de l'éducation
- Les établissements d'enseignement avec lesquels le Cégep conclut des actions de coopération
- Les associations et les corporations professionnelles
- Les gouvernements et leurs ministères
- Les organisations de concertation régionale ou nationale
- Les organismes subventionnaires et les réseaux de la recherche
- Les entreprises et les institutions

6. CHAMPS D'INTERVENTIONS

6.1. Communication interne

6.1.1. Principes directeurs

Il est du devoir du Cégep André-Laurendeau de communiquer régulièrement avec sa communauté interne (employés et étudiants) afin de favoriser sa confiance et développer son sentiment d'appartenance et son engagement envers la mission de l'institution. Le Cégep souscrit au principe voulant que circule dans la communauté collégiale une information régulière, accessible et pertinente entre les personnes et les intergroupes.

Le Cégep André-Laurendeau attend de tous les membres de sa communauté, et plus particulièrement les employés, qu'ils agissent comme des agents d'information. À cette fin, le Cégep :

- stimule la participation de tous à la vie du Cégep et valorise leur contribution;
- recueille les attentes, opinions, réactions et suggestions, les analyse, y répond et en tient compte dans l'organisation de ses activités au moment de prendre des décisions ;
- s'attend à ce que tous connaissent ses activités, se tiennent informés de leur évolution ;
- s'attend à ce que l'information remonte jusqu'aux cadres et aux directeurs.

6.2. Communication externe

6.2.1. Principes directeurs

Le Cégep André-Laurendeau reconnaît qu'il vit en interaction avec son environnement et qu'il doit se préoccuper d'entretenir des relations de qualité avec ses divers publics externes. La communication vise avant tout à faire connaître sa mission et ses orientations, à mettre en valeur la qualité de ses programmes, de sa pédagogie et de ses réalisations auprès de ses publics externes. Ce faisant, le Cégep informe ses divers publics externes dans le but de lui faire prendre conscience de l'importance de la contribution du Cégep au développement social, culturel et économique de sa région.

Le Cégep a le souci constant de la qualité des communications avec ses publics externes et demeure à leur écoute afin d'harmoniser ses activités à leurs attentes. À cette fin, le Cégep :

- considère que la qualité de ses communications avec ses publics externes est un facteur de rentabilité de ses activités et contribue à l'avantage concurrentiel de ses programmes d'enseignement ;
- s'assure que l'information sur ses programmes de formation est accessible ;
- répond avec diligence aux besoins d'information qui lui sont exprimés ou qu'elle perçoit d'elle-même ;
- se tient à l'écoute des besoins des employeurs et du milieu de l'éducation ;
- sensibilise son personnel à l'importance du concept « client » ;
- exige de l'ensemble de son personnel le respect des valeurs de communication qu'il a choisi ;
- consulte les groupes concernés et explique, au besoin, ses choix ;
- tient compte des préoccupations et aspirations des personnes qui sont appelées à travailler de concert avec le Cégep et favorise l'expression des attentes des publics externes ;
- entretient avec les médias des relations soutenues et les considère comme des relais d'information efficaces et des agents de promotion et de diffusion de ses activités ;
- participe à l'animation ou aux débats du milieu en s'associant à des initiatives ayant un impact socio-économique en relation avec les objectifs même de l'établissement ;
- encourage la participation des étudiants et du personnel à la vie de leur collectivité.

Tout comme pour la communication interne, le Cégep André-Laurendeau attend de tous les membres de sa communauté, et plus particulièrement les employés, qu'ils agissent comme des agents de promotion auprès des divers publics externes.

7. MÉCANISMES

7.1. Standards graphiques et linguistiques

Le Cégep André-Laurendeau accorde une grande importance à la qualité de sa communication avec ses publics. Pour maintenir des standards de qualité visuelle et linguistique de la communication, une normalisation et une coordination sont nécessaires.

7.1.1. Qualité visuelle

Le cahier des *normes graphiques* constitue un instrument de normalisation. Il convient donc :

- que le Cégep révise régulièrement son cahier de normes graphiques;
- que le Cégep s'assure de la connaissance et du respect des normes graphiques dans la communauté collégiale.

Toute dérogation aux normes graphiques doit faire l'objet d'une approbation par la Direction générale, suite aux recommandations par le Service des communications.

7.1.2. Qualité linguistique

La langue de communication du Cégep André-Laurendeau avec ses publics est le français. Cependant, lorsqu'il est nécessaire, le Cégep peut communiquer dans la langue du destinataire ou de ses partenaires, notamment sur les plans pancanadien et international.

L'usage du français est exclusif et obligatoire dans la dénomination officielle du Cégep André-Laurendeau, sur toute affiche ou signalisation placée à l'intérieur ou à l'extérieur des bâtiments ou utilisée pour identifier le Cégep lors d'événements particuliers, d'expositions, de congrès. Cette règle vaut également pour l'identification du Cégep sur son site web.

Des dérogations à cette obligation, autorisées par la Direction générale et suite aux recommandations par le Service des communications, sont possibles dans des cas bien spécifiques, notamment pour les communications produites dans le cadre de partenariats internationaux ou pour la promotion de certains programmes.

Conformément aux dispositions des politiques de valorisation de la langue française en vigueur au Cégep André-Laurendeau, les communications écrites doivent être d'un niveau exemplaire et de qualité – conformément aux attentes de la société québécoise à l'endroit d'une institution d'enseignement de niveau supérieur. Cette politique s'applique également dans le cas des communications courantes, soit celles qui circulent entre les employés du Cégep.

Le Cégep veille à ce que soient respectés les principes des législations linguistiques québécoises, notamment la Charte de la langue française (L.R.Q.-11), le Règlement sur l'affichage de l'Administration (L.R.Q., c. C-11, A. 22) ainsi que la Politique de valorisation de la langue française du Cégep André-Laurendeau.

7.2. Responsabilités

7.2.1. Responsabilité des membres de la communauté

La présente politique vise à conscientiser chaque membre du Cégep André-Laurendeau au fait que la communication est la responsabilité de chacun. Chaque membre du personnel représente à sa façon et dans son milieu le Cégep. Il incombe donc à chacun de faire acte de rétroaction sur les perceptions externes du Cégep auprès des personnes concernées. Il convient de réaffirmer ce principe fondamental de la responsabilité individuelle des membres de la communauté en matière de communication.

7.2.2. Direction générale

La Direction générale, de concert avec le Service des communications, a la responsabilité de voir à l'application de la présente politique. Elle doit être particulièrement soucieuse de la qualité de la communication interne tout en fixant des objectifs au chapitre du rayonnement du Cégep à l'échelle régionale, nationale et internationale.

La Direction générale représente le Cégep et parle officiellement en son nom. La Direction générale peut déléguer cette responsabilité de porte-parole à une personne désignée lors d'activités spécifiques et uniquement dans le contexte de ces activités.

La présidence du Conseil d'administration peut s'exprimer au nom de son instance. Toute autre personne doit demander l'autorisation pour s'exprimer au nom du Cégep André-Laurendeau à défaut de quoi, la personne parle en son nom personnel.

7.2.3. Service des communications

Le Service des communications est le mandataire du Cégep André-Laurendeau en matière de communication.

Le Service des communications a pour mandat de fournir aux unités du collège et à ses instances l'expertise, le service-conseil, le savoir-faire et l'encadrement nécessaire à la planification, à la coordination et à la production de stratégies et d'outils de communication. Le Service des communications relève de l'autorité de la Direction générale.

Le plan annuel de communication institutionnelle définit les axes majeurs de la communication interne et externe du Cégep. Il identifie les objectifs particuliers de la communication institutionnelle, précise les clientèles cibles de cette communication, établit les échéanciers et détermine les moyens nécessaires à l'atteinte des objectifs de communication du Cégep.

Le Service des communications joue un rôle-conseil auprès de la direction du Cégep et de ses unités administratives et pédagogiques en matière de communication interne et externe. Il veille à la protection de l'image du Cégep, au respect des standards de qualité énoncés dans la présente politique et supervise l'utilisation du nom, du logo et de l'identification institutionnelle du Cégep André-Laurendeau. Il réalise également les

différents outils promotionnels ciblés par le plan annuel de communication institutionnelle visant particulièrement, mais non exclusivement, le recrutement de clientèles.

Pour l'assister dans sa démarche, le Service des communications peut créer des comités de travail au besoin. La Direction générale – ou son représentant – est appelée à rendre compte annuellement aux instances en dressant un bilan des communications et du respect des dispositions de la politique.

7.2.4. Direction de services

Le Cégep considère que les gestionnaires sont les premiers responsables de la communication avec leurs collaborateurs et de la rétroaction auprès de la direction du Cégep.

Chaque direction a la responsabilité d'instaurer une communication efficace dans son champ d'intervention et de définir des objectifs spécifiques à son service en matière de communication interne et externe tout en tenant compte du plan de communication institutionnelle. Elle doit être sensible aux réactions que suscitent ses interventions et s'assurer que ses communications sont cohérentes avec celles de ses collègues.

Chaque direction doit être particulièrement sensible à la qualité de la communication interne à l'intérieur de son unité administrative.

Toute personne appelée à communiquer par écrit au nom du Cégep André-Laurendeau doit être dûment autorisée par son directeur ou son délégué. Cette personne est tenue responsable de la qualité linguistique de sa communication.

Annexe 1

Outils de communication internes

Au moment de l'adoption de la politique de communication, le Cégep utilise les outils et moyens ci-dessous. Les outils utilisés sont évolutifs et seront ajustés en fonction des nouvelles tendances des technologies de l'information et des communications.

- Le courriel du Cégep.
- L'infolettre hebdomadaire.
- Les bulletins électroniques André-Laurendeau EXTRA et CA en bref.
- Le site web du Cégep.
- L'intranet (Portail Omnivox).
- Les publications officielles (ex : agenda, rapport annuel, publications en lien avec les activités socioculturelles et sportives).
- Les communiqués de presse.
- Les publicités.
- L'affichage (affiches et babillards).
- Les écrans d'information.
- Les procès-verbaux des instances (conseil d'administration, comité exécutif, commission des études).
- Les rencontres de la direction générale avec le personnel.
- Les activités d'accueil et d'intégration des nouveaux étudiants, des membres du personnel et des gestionnaires.

Outils et actions de communication externe

Au moment de l'adoption de la politique de communication, le Cégep utilise les outils et actions ci-dessous. Les outils utilisés sont évolutifs et seront ajustés en fonction des nouvelles tendances des technologies de l'information et des communications.

- Le site web du Cégep.
- Le logo du Cégep.
- La signature visuelle des équipes sportives.
- Les relations publiques.
- Les activités étudiantes de nature culturelle ou sportive.
- La publicité.
- Les activités de promotion (ex : Portes ouvertes, Journée des conseillers d'orientation, Salon de l'éducation, etc.).
- La commandite, c'est-à-dire l'appui à certains événements dans une perspective de consolidation de liens de partenariats.
- Les relations gouvernementales.
- Les publications de promotion, les dépliants sur les programmes et la documentation sur des activités particulières.
- Le matériel de présentation et d'information sur support électronique ou autre.
- Le matériel de support logistique.
- La participation à des salons, forums, congrès, débats publics.
- L'organisation de congrès, salons, portes ouvertes, activités de rassemblement.
- Les inaugurations.
- Les événements à caractère protocolaire.